

Starke Typen für starke Kinder: Em Faktor wirbt für mehr männliche Erzieher



Erzieher Fabrizio wirbt für seinen Beruf

ANZEIGE



Die Motive sind in den kommenden Wochen im Großraum Stuttgart sichtbar, etwa in öffentlichen Verkehrsmitteln oder auf Collegeblöcken in Schulen. Der Kinospot wird außer in Stuttgart auch in Karlsruher Kinos zu sehen sein. Eine besondere Rolle kommt den Aufklebern als Werbeträger zu: Sie sollen auf zahlreichen Schultoiletten angebracht werden, um dem Betrachter ein Praktikum in einer Kita schmackhaft zu machen. Digitaler Dreh- und Angelpunkt der Kampagne ist die Website erzieher-werden.de; dort können Interessierte sich ein Praktikum in ihrer Nähe suchen oder sich mit Erziehern austauschen.

Auftraggeber der Kampagne ist die Initiative **Konzept-e für Bildung und Soziales**. Sie ist einer von bundesweit 16 Trägern für Kindertagesstätten, die Projektmittel erhalten, um Strategien zu entwickeln und Maßnahmen umzusetzen. *ire*

Artikel posten bei:

[Kommentar schreiben](#)

Weitere Nachrichten aus Agenturen vom 08.03.2012:

[Commarco baut im nichtklassischen Bereich um / Etatgewinn von Coca-Cola](#)[Publicis verlängert Annahmefrist für Pixelpark-Kaufangebot](#)[Wieden + Kennedy bringt den Fußball mit EA Sports zurück auf die Straße](#)[Die Botschaft setzt Podolski für Pepsi-Kampagne in Szene](#)[Media Consulta will international wachsen](#)[New Media Award: Kemper Trautmann hat noch die meisten Eisen im Feuer](#)[PR-Spezialist Faktor 3 legt kräftig zu](#)[Zur Übersicht](#)

Copyright: Deutscher Fachverlag GmbH; Anregungen & Kommentare an info@horizont.net

Credits: Konzept & Layout [BippesBrandão GmbH](#)

Credits: Konzept, Projektmanagement, Programmierung und technische Realisation [dfv Internet-Service](#)